

STRATEGI PENANGANAN KELUHAN LAYANAN TELKOM *SPEEDY* DI PT. TELKOM KANTOR PUSAT DIVISI REGIONAL V SURABAYA

Gita Ajiz Tyagita

S1 Ilmu Administrasi Negara, FIS, UNESA (gitayoong@gmail.com)

Eva Hany Fanida S.AP, M.AP.

Abstrak

Perubahan kebutuhan masyarakat akan jasa telekomunikasi yang semakin kompleks mendorong pemerintah untuk selalu memberikan pelayanan publik yang terbaik kepada masyarakat. Bentuk pelayanan publik yang diberikan pemerintah melalui BUMN yaitu pemenuhan akan jasa telekomunikasi. Salah satu BUMN yang diberikan tugas dan kewajiban untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa telekomunikasi adalah PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya dengan layanan internetnya yaitu Telkom *Speedy*. Pada pelaksanaannya, layanan Telkom *Speedy* ini ternyata masih sering dikeluhkan oleh para pelanggan. Sehingga diperlukan adanya strategi dalam menangani keluhan layanan Telkom *Speedy* tersebut. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan Strategi Penanganan Keluhan Layanan Telkom *Speedy* di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan fokus penelitiannya adalah strategi penanganan keluhan layanan Telkom *Speedy* yang ada di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya yang dilihat dari empat aspek penting dalam strategi penanganan komplain secara efektif yaitu Empati terhadap pelanggan yang marah, Kecepatan dalam penanganan keluhan, Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan dan Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menangani keluhan terkait layanan Telkom *Speedy*, PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya sudah melakukan beberapa strategi yang dilihat dari aspek empati terhadap pelanggan yang marah menyangkut kepedulian dan sikap pegawai dalam menanggapi keluhan pelanggan, Kecepatan dalam penanganan keluhan menyangkut kecepatan pegawai dalam menanggapi dan menangani keluhan pelanggan, Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan yang berkaitan dengan kewajiban kinerja dalam menanggapi keluhan pelanggan serta kewajiban aspek biaya (kompensasi) yang diberikan PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V kepada pelanggan yang merasa dirugikan, dan Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan yang berkaitan dengan upaya pemberian sarana dan prasarana untuk mempermudah pelanggannya dalam menyampaikan keluhan, pertanyaan, kritik maupun saran. Namun, masih terdapat kekurangan yang peneliti temukan yaitu terkait sulitnya menghubungi *call center* 147 melalui telepon seluler dan gangguan yang sering terulang kembali.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Pelayanan Jasa Telekomunikasi

COMPLAIN HANDLING STRATEGY OF TELKOM SPEEDY SERVICES IN PT. TELKOM HEADQUARTERS DIVISION REGIONAL V SURABAYA

Gita Ajiz Tyagita

S1 Ilmu Administrasi Negara, FIS, UNESA (gitayoong@gmail.com)

Eva Hany Fanida S.AP, M.AP.

Abstract

The changing needs of society in telecommunications services which increasingly complex prompted the government to always provide the best public service to the community. Forms of public services provided by the government through state-owned telecommunications services that will fulfill. One of the state given the duty to meet the needs of the community of telecommunications services is PT. Telkom Headquarters Division Regional V Surabaya with its Internet service, Telkom Speedy. In practice, this Speedy service was still often expressed by the customer. So they need a strategy to handle the complaint of Telkom Speedy services. The purpose of this research is to describe the Strategy to handle the complaint of Telkom Speedy services in PT. Telkom Headquarters Division Regional V Surabaya.

The type of research that used in this research is descriptive qualitative. The technique of collecting data in this research through interviews, observation and documentation. While the focus of this research is the strategy of complain handling Telkom Speedy services in PT. Telkom Headquarters Division Regional V Surabaya is seen from four important aspects of effective complaint handling strategy is Empathy against angry customers, speed in handling complaints, fairness or justice in solving the problems or complaints and Ease for consumers to contact the company.

The results showed that in complaint handling of Telkom Speedy services, PT. Telkom Headquarters Division Regional V Surabaya has done some strategies from the aspects of empathy for angry customers regarding awareness and attitudes of employees in response to customer complaints, speed in handling employee complaints regarding speed in responding to and dealing with customer complaints, fairness or justice in solving problems or complaints relating to the performance obligations in responding to customer complaints and liability aspects of costs (compensation) is given by PT. Telkom Headquarters Division Regional V to customers who feel aggrieved, and Ease for consumers to contact the company relating to the provision of facilities and infrastructure to facilitate customers to submit complaints, questions, criticisms and suggestions. However, there is still a shortage of researchers have found are related to the difficulty of contacting the call center 147 via mobile phone and disorders that often recur.

Keywords: Quality Service, Telecommunication Services

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelayanan yang berkualitas dan bermutu tinggi menjadi perhatian utama dari organisasi publik. Keterbukaan informasi jika dikaitkan dengan aktivitas pelayanan ikut mendorong masyarakat kian sadar tentang hak dan kewajibannya. Oleh karena itu harapan untuk bisa mendapatkan pelayanan yang terbaik kini juga mulai digantungkan kepada organisasi pemerintahan (Prianto, 2006). Sebagai upaya untuk mempertegas hak dan kewajiban serta menjamin penyediaan pelayanan publik dengan baik, pemerintah mengeluarkan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.

Pelayanan publik menurut Undang-undang Nomor 25 Tahun 2009 adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan

kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pengertian ini memberikan indikasi bahwa pelayanan publik merupakan sebuah rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan dasar bagi masyarakat.

Salah satu bentuk pelayanan publik yang dilaksanakan oleh pemerintah adalah pemenuhan kebutuhan masyarakat akan jasa telekomunikasi. Di era globalisasi sekarang ini kebutuhan akan telekomunikasi seakan menjadi bagian hidup yang tidak dapat terpisahkan bagi masyarakat. Hal ini sejalan dengan perubahan kebutuhan masyarakat akan jasa telekomunikasi yang semakin kompleks. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh perubahan tingkat pendapatan, pola hidup, perilaku dan

cara berpikir serta budaya masyarakat yang semakin maju. Sehingga tuntutan akan kualitas pelayanan jasa telekomunikasi pun semakin tinggi. Menanggapi tuntutan tersebut, pemerintah berusaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan jasa telekomunikasi dengan salah satunya yaitu melalui BUMN.

PT. Telkom merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia. Dengan statusnya sebagai perusahaan milik negara, PT. Telkom dapat dikatakan sebagai BUMN yang cukup sukses. Hal tersebut dapat dilihat pada kinerja Telkom triwulan III tahun 2014 yang tumbuh positif. Ditengah ketatnya persaingan di sektor telekomunikasi, PT. Telkom tetap mencatat pertumbuhan kinerja keuangan yang positif di triwulan III tahun 2014. Pendapatan Telkom di triwulan III tahun 2014 tercatat tumbuh sebesar 7,1% dibanding periode yang sama di tahun sebelumnya (www.telkom.co.id, 2015).

Honesti Basyir selaku Direktur Keuangan Telkom seperti yang dikutip oleh Media Siaran Pers mengatakan bahwa : “Pertumbuhan pendapatan pada triwulan III/2014 ini didominasi oleh pertumbuhan pendapatan dari sektor Data, Internet, dan IT Services yang mencatat pertumbuhan sebesar 15,4% dari Rp 23,33 triliun menjadi Rp 26,91 triliun dengan kontribusi sebesar 40,9% dari total pendapatan” (www.telkom.co.id, 2015).

Dari pernyataan diatas dapat diketahui bahwa pertumbuhan pendapatan didapat dari berbagai layanan yang disediakan oleh PT. Telkom. Untuk sektor data, layanan yang disediakan adalah layanan *My Mobile* yang terdiri dari Telkomsel. Kemudian untuk sektor internet, terdapat dua jenis layanan yaitu *My Broadband* yang didalamnya terdiri dari Speedy dan *My TV* yang didalamnya terdiri dari *USEETV*. Sementara dari sisi operasional, untuk pelanggan *Broadband* sendiri tumbuh 31,8% dari periode yang sama di tahun 2013 menjadi 29,75 juta pelanggan.

Namun untuk layanan telepon kabel, pelanggan terlihat mulai berpindah ke telepon seluler dengan alasan lebih murah dan efisien. Hal ini senada dengan yang diutarakan oleh Grilyanta dkk, yaitu : Saat ini PT. Telkom masih merupakan satu-satunya badan usaha milik negara yang melayani telepon kabel tidak bergerak (*fixed wireline*) atau juga sering disebut telepon tetap. Namun semenjak telepon seluler masuk, telepon tetap mulai kehilangan pelanggannya. Banyak alasan yang muncul, mulai dari harga layanan yang mahal sampai mobilitas telepon seluler yang lebih dipilih oleh pelanggan. Semakin banyak bermunculan penyedia layanan telepon seluler dengan harga pulsa yang lebih murah juga menjadi tantangan

bagi PT. Telkom untuk melakukan inovasi terhadap layanan telepon tetapnya (Grilyanta dkk, 2013: 28).

Dilihat dari data pertumbuhan pendapatan dan pelanggan diatas, kualitas pelayanan yang diberikan PT. Telkom memang sudah cukup baik. Namun pertumbuhan tersebut tidak sejalan dengan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Masih tampak beberapa keluhan yang disampaikan oleh pelanggan baik secara langsung maupun melalui media online. Keluhan yang dilaporkan salah satunya adalah Telkom Speedy.

Telkom Speedy sendiri merupakan layanan *broadband* akses internet dari Telkom Indonesia dengan kecepatan mulai dari 384 kbps hingga 3 mbps yang disediakan untuk perumahan dan *Small Medium Enterprise* (www.telkom.co.id, 2015). Telkom Speedy ini memberikan koneksi internet yang lebih cepat dibandingkan menggunakan layanan dial-up biasa. Dengan kecepatan yang diberikan tersebut ternyata masih ada beberapa kekurangan yang ditemukan. Dari data surat pembaca di media online, terdapat beberapa keluhan dari konsumen diantaranya kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan, kurang sigapnya petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan, dan beberapa konsumen juga mengeluhkan mengenai biaya yang tidak sesuai dengan informasi.

Beberapa keluhan diatas sama seperti yang dialami oleh salah satu pelanggan di Kelurahan Rahmah yang dikutip oleh jurnalindependen.com yang mengatakan bahwa : “Pelayanan internet terkoneksi hanya 12 hari selama bulan mei 2014 ini. Memang setelah di periksa dan di koneksikan saluran ke telkom, internet nyambung namun selang beberapa hari putus lagi koneksi tersebut, demikianlah secara berulang-ulang” (jurnalindependen.com, 2014).

Sementara itu keluhan lain juga di utarakan oleh pelanggan produk layanan *My TV* yaitu *USEETV*. Pelanggan ini mengatakan : “Sejak 15 April 2014 *USEETV* kami tidak nyala, awalnya sama dengan internet Speedynya. Speedy nyala kemudian setelah 3 hari mati lagi. Lalu saya membuat keluhan di twitter ke *TELKOMCARE*, namun sampai kini tidak ada upaya apapun. Hanya saja cuma ada sapaan yang tidak ada solusi. seperti Selamat siang @aendra234, apa sudah dicoba *speedtest* untuk mengetahui kecepatan yang didapatkan?” (jakartasatu.com, 2014).

Kemudian keluhan lain juga datang dari pengguna *Speedy Instan*. Pelanggan ini mengeluhkan mengenai kurang profesionalnya layanan tersebut. Seperti yang ditulis di kompasiana.com, pelanggan ini mengatakan :

“Pada tanggal 4 Nopember 2014 kemarin saya mendapatkan layanan yang buruk dari speedy instan. Saya menelepon Contact Center 147 122 dan memberitahukan bahwa layanan speedy instan bermasalah karena laptop saya tidak dapat terkoneksi dengan internet sementara saya sudah mendaftarkan ke 8108 untuk pembayaran prepaid dan pulsa saya juga sudah terpotong kejadian tersebut jam 20.00. Kemudian pihak telkom melalui pusat informasi 147 122 (bagian gangguan jaringan) menginformasikan akan menindaklanjuti laporan saya dan segera akan melakukan perbaikan. Setelah menunggu sampai jam 01.00 pagi layanan speedy instan juga masih belum bisa saya gunakan dan saya menelepon kembali 147 122 dengan sangat kesal saya hanya mendapatkan jawaban serupa seperti hal nya pada saat saya mengadukan pengaduan jam 20.00 tadi” (kompasiana.com, 2014).

Hal tersebut seperti yang terdapat di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya. PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya sendiri merupakan Kantor Pusat PT. Telkom di Jawa Timur. Sebagai Kantor Pusat, PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V tentunya juga menyediakan layanan yang sama seperti kantor cabang maupun plaza telkom yang lainnya.

Berdasarkan observasi awal sebagai pengguna layanan, peneliti menemukan beberapa permasalahan di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V yang tidak jauh berbeda dari yang telah dipaparkan diatas. Permasalahannya yaitu jaringan *speedy instan* yang terkadang sulit untuk dikoneksikan sementara sinyalnya sendiri sudah cukup kuat. Hal ini peneliti lihat sering mengganggu beberapa pengguna lain. Kemudian koneksinya juga sering terputus tanpa sebab. Tidak hanya itu saja kecepatan yang diberikan dinilai tidak sesuai, karena saat pengguna *speedy instan* mulai terlihat padat kecepatan menjadi sangat lambat.

Realita yang terjadi diatas membuat peneliti ingin mengetahui lebih mendalam mengenai strategi apa yang dilakukan oleh PT. Telkom khususnya di Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya dalam menangani keluhan pelanggan terkait layanan Telkom Speedy. Adanya keluhan-keluhan tersebut tidak menutup kemungkinan akan membuat pelanggan berpindah ke perusahaan yang lain demi mendapat kualitas pelayanan yang baik. Untuk itu pelayanan yang berkualitas sangat dituntut agar PT. Telkom tetap dapat berdaya saing dengan perusahaan swasta lain yang juga bergerak pada bidang yang sama.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas dengan mengingat semakin pentingnya

peningkatan kualitas pelayanan maka peneliti tertarik mengkaji mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan publik kedalam penelitian yang berjudul “Strategi Penanganan Keluhan Layanan Telkom *Speedy* di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah peneliti sampaikan di atas, maka peneliti membuat sebuah rumusan masalah untuk mempersempit ruang lingkup masalah yang akan dikaji sehingga penelitian ini bisa fokus pada satu masalah yang dikemukakan. Adapun rumusan masalah yang dimaksud adalah, “Bagaimana Strategi Penanganan Keluhan Layanan Telkom *Speedy* di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya ?”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Strategi Penanganan Keluhan Layanan Telkom *Speedy* di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teori dalam bidang Ilmu Administrasi Negara khususnya dalam strategi penanganan keluhan layanan Telkom *Speedy*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan publik. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan perbandingan antara teori yang didapat dengan kenyataan yang terjadi di lapangan

b. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi tentang peran strategi dalam menangani keluhan layanan Telkom *Speedy* di Kantor Pusat Divisi Regional V.

II. KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan telkom speedy di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya ini mengacu pada penelitian terdahulu yang dianggap dapat digunakan dalam pengkajian tentang penulisan

skripsi. Ada beberapa penelitian terdahulu, baik dalam bentuk skripsi maupun jurnal yang dapat digunakan sebagai acuan dasar penulisan pada skripsi ini, yaitu antara lain :

1. Oktavianis dkk, (2013) dari penelitiannya yang berjudul “Upaya PT. Telkom Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan *Internet Speedy* Dalam Memuaskan Pelanggan (Studi pada PT. Telkom Malang)”. Penelitian ini diselesaikan dengan metode deskriptif kualitatif. Data yang diambil menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan prinsip pelayanan publik dalam KeMenPan No. 63 Tahun 2003 yaitu : 1. Kesederhanaan, 2. Kejelasan, 3. Kepastian Waktu, 4. Akurasi, 5. Keamanan, 6. Tanggung Jawab, 7. Kelengkapan Sarana dan Prasarana, 8. Kemudahan Akses, 9. Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan, 10. Kenyamanan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana upaya PT. Telkom dalam meningkatkan kualitas pelayanan *Internet Speedy* dalam memuaskan pelanggan. Hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu masih terdapat permasalahan baik dalam pelayanan atau dari produknya. Adanya peran dari Customer Service mampu memberikan pelayanan yang terbaik dalam menjawab setiap masalah pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari PT. Telkom. Selain itu sumber daya manusia, aplikasi yang memadai serta kepercayaan masyarakat merupakan faktor pengaruh dalam peningkatan kualitas pelayanan internet speedy. Oleh sebab itu perlu adanya penambahan karyawan dalam bidang teknis, petugas marketing harus sesuai yang ditentukan oleh PT. Telkom serta harga yang lebih di sesuaikan lagi

2. Grilyanta dkk, (2013) dari penelitiannya yang berjudul “Upaya PT. Telkom Kancatel Blitar Dalam Mewujudkan Pelayanan Telepon Tetap Yang Berkualitas (Studi Pada Pelayanan Fixed Wireline PT.Telkom Kancatel Blitar)”. Penelitian ini diselesaikan dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang diambil menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman. Fokus dari penelitian ini adalah pertama upaya PT. Telkom Kancatel Blitar dalam melakukan pelayanan yang berkualitas; dan yang kedua faktor pendukung dan penghambat PT. Telkom Kancatel Blitar dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dilihat dari 6 asas penyelenggaraan pelayanan publik menurut KepMenPan No. 63 Tahun 2003 yaitu : 1. Transparansi, 2. Akuntabilitas, 3. Kondisional, 4. Partisipatif, 5. Kesamaan Hak, 6. Kesamaan Hak dan Kewajiban. Hasil penelitian yang telah

dilakukan yaitu PT. Telkom mengeluarkan berbagai inovasi dalam pelayanan untuk mengimbangi persaingan yang ada, namun demikian dapat ditemukan kekurangan dari segi kondisional. Dimana PT. Telkom Kancatel Blitar belum mampu memuaskan pelanggan yang memiliki permasalahan teknis pesawat telepon. Penyebab utamanya adalah kurangnya kendaraan operasional yang menyebabkan lambannya pelayanan yang dilakukan.

B. Pelayanan Publik

Pelayanan menurut Sampara dalam (Sinambela, 2008: 5) adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sedangkan istilah publik merupakan kosa kata yang berasal dari Bahasa Inggris yaitu *public* yang berarti umum, masyarakat, Negara.

Secara spesifik Gronroos dalam Ratminto & Winarsih (2005: 2) mendefinisikan pelayanan publik sebagai suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Sementara menurut UU No. 25 Tahun 2009, pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Dalam hal ini, salah satu organisasi penyelenggara pelayanan publik adalah Badan Usaha Milik Negara. Di mana PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik adalah sebuah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bentuk jasa maupun barang, yang dilaksanakan oleh Instansi pemerintah di pusat, di daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara dengan tujuan mendapat kualitas pelayanan yang baik dan kepuasan pelanggan.

C. Asas-Asas Pelayanan Publik

Di dalam UU No. 25 Tahun 2009 dijelaskan bahwa terdapat beberapa asas dalam menyelenggarakan pelayanan publik. Asas-asas tersebut antara lain :

- a. Kepentingan umum;
- b. Kepastian hukum;

- c. Kesamaan hak;
- d. Keseimbangan hak dan kewajiban;
- e. Keprofesionalan;
- f. Partisipatif;
- g. Persamaan perlakuan/tidak diskriminatif;
- h. Keterbukaan;
- i. Akuntabilitas;
- j. Fasilitas dan perlakuan khusus bagi kelompok rentan;
- k. Ketepatan waktu; dan
- l. Kecepatan, kemudahan, dan keterjangkauan.

Sementara asas penyelenggaraan pelayanan publik menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 antara lain :

- a. **Transparansi**
Bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
- b. **Akuntabilitas**
Dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. **Kondisional**
Sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. **Partisipatif**
Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e. **Kesamaan Hak**
Tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender, dan status ekonomi.
- f. **Kesamaan Hak dan Kewajiban**
Pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa asas-asas dalam menyelenggarakan pelayanan publik yaitu transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak dan kesamaan hak dan kewajiban

D. Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Hal yang sama juga diutarakan oleh Deming dalam (Nasution, 2004: 41), bahwa kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar. Perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.

Sementara Crosby dalam (Nasution, 2004: 41) menyatakan bahwa kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Kemudian Garvin dan Davis dalam (Nasution, 2004: 41) menambahkan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Meskipun tidak ada definisi kualitas yang diterima secara universal, namun dari beberapa definisi diatas terdapat beberapa persamaan yaitu sebagai berikut :

- a. Kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu usaha memenuhi harapan pelanggan atas suatu produk baik itu jasa maupun barang agar tercipta kepuasan sepenuhnya terhadap produk layanan yang dihasilkan.

E. Strategi Pelayanan Publik

Dalam pelayanan publik diperlukan adanya beberapa strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Terdapat beragam strategi yang telah dikemukakan oleh beberapa pakar. Strategi tersebut dapat digunakan oleh pelayanan publik agar layanan yang di berikan dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan yang menggunakan pelayanan tersebut.

Untuk mengetahui bagaimana strategi penanganan keluhan layanan Telkom *Speedy* di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya ini penulis menggunakan Teori Strategi penanganan komplain secara efektif dari Tjiptono (2012). Menurut Tjiptono (2012) terdapat empat aspek penting dalam penanganan keluhan secara efektif. Empat aspek yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. **Empati terhadap pelanggan yang marah**
Dalam menghadapi pelanggan yang marah, penyedia layanan harus tetap berkepal dingin dan bersikap empati agar permasalahan tidak semakin memburuk.
- b. **Kecepatan dalam penanganan keluhan**
Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi maka akan merusak citra perusahaan tersebut karena pelanggan merasa tidak puas oleh pelayanan yang diberikannya.
- c. **Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan.**
Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajiban dalam biaya dan kinerja agar

pelanggan dan perusahaan sama-sama mendapat keuntungan.

- d. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan Mempermudah pelanggan untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, maupun keluhannya karena hal tersebut merupakan faktor krusial perusahaan dan pelanggan dalam menjalin hubungan.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Lokasi yang menjadi tempat dalam menggali informasi dalam penelitian ini yaitu di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya. Adapun Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan fokus penelitiannya adalah strategi penanganan keluhan layanan Telkom *Speedy* yang ada di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya yang dilihat dari empat aspek penting dalam strategi penanganan komplain secara efektif yaitu Empati terhadap pelanggan yang marah, Kecepatan dalam penanganan keluhan, Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan dan Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan. Sementara Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data model interaktif dari Miles dan Hubberman.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya

PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya merupakan BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan yang terletak di Jawa Timur khususnya di daerah Surabaya. PT. Telkom melayani pelanggan di wilayah Jawa Timur dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media, dan *edutainment*, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, layanan *e-payment* dan *IT enabler, e-commerce* dan layanan portal lainnya.

Berikut penjelasan portofolio bisnis Telkom :

a. *Telecommunication*

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis legacy Telkom. Sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel tidak bergerak Plain Ordinary

Telephone Service ("POTS"), telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, broadband, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon seluler yang dilayani oleh Anak Perusahaan Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil dan Menengah ("UKM") serta korporasi.

b. *Information*

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dikembangkan Telkom dalam ranah New Economy Business ("NEB"). Layanan ini memiliki karakteristik sebagai layanan terintegrasi bagi kemudahan proses kerja dan transaksi yang mencakup Value Added Services ("VAS") dan Managed Application/IT Outsourcing ("ITO"), e-Payment dan IT enabler Services ("ITeS").

c. *Media*

Media merupakan salah satu model bisnis Telkom yang dikembangkan sebagai bagian dari NEB. Layanan media ini menawarkan *Free To Air ("FTA")* dan *Pay TV* untuk gaya hidup digital yang modern.

d. *Edutainment*

Edutainment menjadi salah satu layanan andalan dalam model bisnis NEB Telkom dengan menargetkan segmen pasar anak muda. Telkom menawarkan beragam layanan di antaranya *Ring Back Tone ("RBT")*, *SMS Content*, *portal* dan lain-lain.

e. *Services*

Services menjadi salah satu model bisnis Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan Customer Portfolio Telkom kepada pelanggan Personal, *Consumer/Home*, *SME*, *Enterprise*, *Wholesale*, dan *Internasional*.

Adapun visi dan misi dari PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya sebagai berikut :

Visi :

1. Menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan TIME di kawasan regional

Misi :

1. Menyediakan layanan TIME yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
2. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia

B. PEMBAHASAN

PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya merupakan Salah satu Divisi *Consumer Service* yang diberikan suatu kewajiban khususnya dalam melayani masyarakat akan kebutuhan jasa telekomunikasi di wilayah Jawa Timur. Dalam

menjalankan kewajibannya melayani masyarakat, PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya juga terus dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satu pelayanan yang terus mendapat sorotan masyarakat adalah Telkom Speedy. Dalam meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat khususnya layanan Telkom Speedy, PT. Telkom memiliki beberapa strategi seperti yang di kemukakan oleh Tjiptono (2012) tentang strategi peningkatan kualitas pelayanan publik yaitu strategi penanganan keluhan secara efektif dengan 4 aspek penanganan keluhan yang penting. Empat aspek penanganan keluhan tersebut selanjutnya peneliti gunakan sebagai indikator untuk melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang terkait dalam pelayanan Telkom Speedy. Adapun wawancara serta temuan-temuan peneliti di lapangan sebagai berikut :

a. Empati Terhadap Pelanggan yang Marah

Indikator pada bagian ini berkaitan dengan kepedulian seorang penyedia layanan kepada pelanggannya. Dalam menghadapi pelanggan yang marah, penyedia layanan harus tetap berkepal dingin dan bersikap empati agar permasalahan tidak semakin memburuk. Pada pelayanan di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V ini menyangkut kepedulian, sikap dan perhatian yang ditunjukkan oleh pegawai PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V pada saat menanggapi keluhan pelanggan. Empati sendiri sangat diperlukan pada saat penanganan keluhan pelanggan. Hal tersebut karena dengan adanya empati dari pegawai, pelanggan yang komplain akan merasa diperhatikan penuh oleh pegawai. Empati yang ditunjukkan bisa juga untuk meredam emosi dari pelanggan yang marah pada saat komplain.

Terkait empati terhadap pelanggan yang marah, pegawai PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V menunjukkannya dengan cara memberikan kepedulian, sikap dan perhatian penuh pada pelanggan. Kepedulian yang ditunjukkan berupa pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya membantu pelanggan dalam menyampaikan keluhannya. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan pegawai PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V seperti Duty Manager, pegawai marketing dan pegawai customer service yang menyatakan bahwa terkait empati terhadap pelanggan yang marah, pegawai harus tetap tenang, kemudian menanyakan apa yang dikeluhkan oleh pelanggan dengan baik-baik. Apabila pelanggan komplain dengan kondisi marah, pegawai akan mendengarkan komplain tersebut dengan sabar, selalu melakukan *eye contact* pada saat berhadapan langsung dengan pelanggan dan yang terakhir pastinya harus

tetap percaya diri bahwa pegawai yang bersangkutan bisa menanggapi dan menyelesaikan permasalahan yang dialami pelanggan dengan baik.

Kemudian untuk sikap yang ditunjukkan pada saat menanggapi keluhan pelanggan, pegawai PT. Telkom Kantor pusat Divisi Regional V menunjukkannya dengan sikap yang ramah. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan pelanggan yang bernama Didik dan Budiono yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai PT. Telkom sudah baik dan pegawainya juga ramah. Namun kedua pelanggan tersebut sama-sama menuturkan bahwa terkait sikap, pegawai customer yang satu dengan customer service yang lain berbeda-beda.

Berdasarkan pemaparan diatas telah membuktikan bahwa strategi penanganan keluhan terkait empati terhadap pelanggan yang marah sudah dilakukan beberapa upaya oleh para pegawai PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V, diantaranya yaitu : bersikap tenang dan ramah, memberi pertanyaan yang sifatnya membantu pelanggan dalam menyampaikan keluhan, sabar pada saat mendengarkan keluhan pelanggan dan selalu melakukan *eye contact* pada saat berhadapan langsung dengan pelanggan.

b. Kecepatan Dalam Penanganan Keluhan

Indikator pada bagian ini berkaitan dengan kecepatan penyedia layanan dalam menangani keluhan pelanggan terkait layanan Telkom Speedy. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi maka akan dapat merusak citra perusahaan karena pelanggan akan merasa tidak puas oleh pelayanan yang diberikan. Pada pelayanan di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V, indikator ini menyangkut seberapa cepat pegawai PT. Telkom dalam menangani keluhan pelanggannya terkait masalah layanan Telkom Speedy.

Pada dasarnya semua pelanggan menginginkan keluhannya ditanggapi dengan cepat dan tepat oleh penyedia layanan. Tidak terkecuali pada PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V ini, pelanggan juga ingin keluhannya ditangani dengan cepat dan tepat. Menanggapi tuntutan tersebut, PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional menyediakan layanan *call center* 147 dan *face to face* dengan customer service untuk pelanggan yang ingin mendapatkan penanganan dengan cepat. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan para pegawai PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V yang bernama Bapak Djodi Setiawan, Ibu Ela, dan Ibu Kiky yang menyatakan bahwa layanan pelaporan yang cepat mendapat tanggapan yaitu layanan *Call Center* 147. Jika pelanggan

merasa tidak nyaman bisa langsung mengunjungi PT. Telkom untuk berhadapan langsung dengan *customer service*.

Sesuai dengan pemaparan sebelumnya pada bab 4, alur dalam penanganan keluhan juga cukup sederhana. Pelanggan cukup menghubungi *call center* 147 tersebut dan juga bisa langsung melaporkan keluhan yang dialami. Kemudian untuk alur penanganan pada pelanggan yang berhadapan langsung dengan *customer service* yaitu cukup dengan mengunjungi PT. Telkom kemudian akan disambut oleh satpam dan diberikan nomor antrian. Setelah itu dipersilahkan duduk diruang tunggu untuk menunggu dipanggil gilirannya oleh *customer service*. Hal tersebut dibuktikan juga oleh pernyataan para pegawai dan pelanggan yang sudah peneliti paparkan di bab sebelumnya.

Terkait kecepatan penanganan keluhan pelanggan ini, PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V juga sudah menetapkan prosedur untuk estimasi waktu dalam penanganan keluhan pelanggan. Estimasi waktu yang diberikan kepada pelanggan yaitu 3x24 jam dari waktu pelaporan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah peneliti paparkan sebelumnya membuktikan bahwa pegawai PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V sudah berusaha untuk secepat mungkin dalam menangani keluhan pelanggan. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan salah satu pelanggan Telkom *Speedy* yang bernama Bapak Reza yang menyatakan bahwa estimasi penanganan yang diberikan 3x24 jam namun ternyata satu hari setelah pelaporan, petugas sudah datang ke rumahnya untuk melakukan penanganan. Ini menunjukkan adanya komitmen dari pegawai untuk menangani keluhan pelanggan sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan.

Namun pada indikator ini juga masih ada kekurangan yang disampaikan pelanggan terkait sulitnya menghubungi *call center* 147 melalui telepon seluler dan gangguan Telkom *Speedy* yang terulang kembali. Menanggapi kekurangan tersebut pegawai *customer service* PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V menyatakan bahwa dari pihaknya akan terus melakukan pemantauan dengan menelpon pelanggan secara berkala untuk menanyakan kembali mengenai gangguan yang dialami apakah sudah kembali normal ataukah belum. Hal tersebut dibuktikan oleh pernyataan pegawai *customer service* yang sudah peneliti paparkan di bab sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pegawai dan pelanggan yang telah peneliti paparkan sebelumnya, strategi penanganan keluhan terkait kecepatan dalam

penanganan keluhan yang dilakukan oleh PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V terlihat cukup baik karena mayoritas pelanggan Telkom *Speedy* mengatakan kecepatan penanganan keluhan PT. Telkom sudah sesuai dengan harapan meskipun ada sedikit kekurangan juga yang disampaikan pelanggan yaitu terkait gangguan yang sering terulang kembali.

c. Kewajaran atau Keadilan Dalam Memecahkan Permasalahan atau Keluhan

Indikator pada bagian ini berkaitan tentang kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan yang dialami pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajiban dalam biaya dan kinerja agar pelanggan dan perusahaan sama-sama mendapat keuntungan. Pada pelayanan di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V, indikator ini menyangkut kewajiban kinerja dalam menanggapi keluhan pelanggan serta kewajiban aspek biaya (kompensasi) yang diberikan PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V kepada pelanggan yang merasa dirugikan.

Terkait aspek kewajiban kinerja pegawai, PT. Telkom memberikan kewajiban pada pegawai khususnya *customer service* dalam melayani pelanggan. Kewajiban tersebut dinamakan *close up selling*. *Close up selling* sendiri terdiri dari pemberian salam, mendengarkan keluhan pelanggan, pemberian solusi, penawaran produk, penginformasian SLG (*service level guaranty*), penginformasian tempat pembayaran dan batas pembayaran yang harus dilakukan pelanggan.

Selain *close up selling*, terkait aspek kinerja pegawai, PT Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V juga melakukan perekrutan pegawai sesuai dengan bidang kerja yang dibutuhkan. Sehingga diharapkan dengan perekrutan pegawai tetap yang sesuai dengan bidangnya, akan tercipta pegawai yang berkompeten. Namun untuk pegawai *customer service* sifatnya pekerja kontrak atau yang biasa dikenal dengan *outsourcing*. Hal ini peneliti temukan pada pernyataan pegawai marketing yang bernama Bapak Djodi Supriatno yang mengatakan bahwa pegawai yang direkrut memang harus sesuai dengan bidang yang dibutuhkan. Dijelaskan pula bahwa seluruh pegawai PT. Telkom merupakan pegawai tetap kecuali *customer service* dan karyawan yang ditempatkan di plaza. Hal tersebut dikarenakan sejak 2003 PT. Telkom memberlakukan kebijakan kontrak pekerjaan dengan pihak lain (*outsourcing*).

Kemudian terkait aspek biaya, PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V juga memberikan jaminan dalam penanganan gangguan Telkom *Speedy*. Jaminan tersebut

dinamakan SLG (*Service Level Guaranty*). SLG sendiri merupakan jaminan yang diberikan PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya kepada pelanggan yaitu berupa kompensasi dengan syarat gangguan yang dialami tidak selesai dalam waktu 3x24 jam. Kompensasi yang diberikan bisa dalam bentuk uang maupun dalam bentuk potongan pada *billing* (tagihan) pelanggan.

SLG (*Service Level Guaranty*) ini tidak semata-mata langsung diberikan oleh PT. Telkom kepada pelanggan. Hal tersebut dikarenakan sering ada pelanggan yang hanya ingin mencari keuntungan dari adanya SLG tersebut. Pelanggan bisa mendapatkan SLG (*Service Level Guaranty*) apabila gangguan yang dialami tidak bisa terselesaikan dalam waktu 3x24 jam. Tidak hanya itu saja, sebelumnya data penggunaan pelanggan juga harus di cek terlebih dahulu kebenaran dan kesesuaiannya oleh *customer service*. Apabila pernyataan pelanggan mengenai gangguan yang dialami tidak sesuai dengan data di sistem maka tidak ada SLG (*Service Level Guaranty*) atau kompensasi bagi pelanggan tersebut. Sebaliknya jika pernyataan gangguan sesuai dengan data di sistem maka pelanggan tersebut akan diberikan SLG (*Service Level Guranty*) atau kompensasi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V. Kompensasi diberikan melalui potongan 2% di *billing* (tagihan) pelanggan. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh pegawai *customer service* yang sudah peneliti paparkan di bab sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pegawai dan pelanggan yang telah peneliti paparkan sebelumnya membuktikan bahwa strategi penanganan komplain oleh PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V terkait kewajiban atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan ini memang benar-benar dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan pelanggan Telkom *Speedy* yang mengatakan bahwa ada kompensasi yang memang diberikan kepada pelanggan dengan ketentuan gangguan yang dialami tidak terselesaikan dalam waktu 3x24 jam.

Strategi yang digunakan PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V terkait aspek kinerja dan biaya tersebut terlihat sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Hal tersebut peneliti temukan pada pernyataan beberapa pelanggan Telkom *Speedy* yang mengatakan merasa puas dengan peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Telkom Terkait kecepatan dalam penanganan keluhan pelanggan.

d. Kemudahan Bagi Konsumen Untuk Menghubungi Perusahaan

Indikator pada bagian ini berkaitan dengan upaya penyedia layanan dalam mempermudah pelanggan untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, maupun keluhannya. Hal tersebut sangat penting karena merupakan faktor krusial perusahaan dan pelanggan dalam menjalin hubungan. Ketersediaan sarana dan prasarana penunjang pada suatu perusahaan tentunya sangat penting dalam mewujudkan pelayanan yang maksimal dan berkualitas, karena tanpa adanya sarana dan prasarana yang mempermudah pelanggan maka hubungan antara pelanggan dengan perusahaan tidak akan bertahan lama, sehingga hal ini akan menghambat perusahaan untuk memberikan pelayanan berkualitas kepada para pelanggannya.

Pada pelayanan di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V, indikator ini menyangkut tentang upaya yang dilakukan PT. Telkom untuk mempermudah pelanggannya dalam menyampaikan keluhan, pertanyaan, kritik maupun saran. Terkait kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan, PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V menyediakan sarana dan prasarana bagi pelanggan untuk menyampaikan kritik, saran, pertanyaan maupun keluhannya. Sarana dan prasarana yang telah disediakan berupa *call center* 147, sosial media seperti twitter (@Telkomcare), website PT. Telkom dan Telkom *First Care* yang diletakkan di dekat pintu masuk di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V.

Secara umum sarana dan prasarana yang disediakan PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V sudah cukup baik karena mayoritas sarannya sudah menggunakan teknologi IT. Hal ini terlihat pada sarana Telkom *First Care* yang sudah menggunakan teknologi IT terbaru yaitu layar sentuh. Didalam Telkom *First Care* ini terdapat menu *feedback*, macam-macam produk PT. Telkom, lokasi pembayaran tagihan untuk wilayah surabaya dan lokasi plaza telkom. Kemudian selain Telkom *First Care*, sarana yang sangat disarankan oleh beberapa pegawai adalah *call center* 147. Layanan ini peneliti lihat memang sangat berguna bagi pelanggan. Mayoritas pelanggan yang telah peneliti wawancara memilih *call center* 147 sebagai sarana awal untuk menyampaikan keluhan, pertanyaan, kritik serta sarannya kepada PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pegawai dan pelanggan yang telah peneliti paparkan sebelumnya telah membuktikan bahwa strategi penanganan komplain oleh PT. Telkom kantor Pusat Divisi Regional V terkait kemudahan bagi konsumen

untuk menghubungi perusahaan ini sudah dilaksanakan dengan cukup baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan beberapa pelanggan telkom speedy yang sudah merasa bahwa sarana seperti *call center* 147 sangat membantu dalam menghubungi PT. Telkom pada saat terjadinya gangguan. Namun dari pernyataan pelanggan tersebut, peneliti juga masih menemukan kekurangan yang diungkapkan pelanggan terkait sulitnya menghubungi *call center* 147 melalui telepon seluler.

IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil analisis mengenai strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan Telkom Speedy di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan Telkom Speedy, PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya telah melakukan beberapa strategi. Strategi tersebut seperti yang di kemukakan oleh Tjiptono (2012) tentang strategi penanganan komplain secara efektif dengan 4 aspek penanganan keluhan yang penting yaitu Empati terhadap pelanggan yang marah dilakukan dengan dengan menekankan pada pelayanan yang ramah dan penuh kepedulian dari *customer service* yang meliputi bersikap tenang dan ramah, memberi pertanyaan yang sifatnya membantu pelanggan dalam menyampaikan keluhan, sabar pada saat mendengarkan keluhan pelanggan dan selalu melakukan *eye contact* pada saat berhadapan langsung dengan pelanggan.

Kecepatan dalam penanganan keluhan dilakukan dengan menanggapi keluhan secara cepat dan tepat melalui *call center* 147 serta penetapan standar estimasi waktu penanganan yaitu maksimal 3x24 jam.

Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan dilakukan dengan pemberian kinerja pegawai yang sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, melakukan perekrutan pegawai PT. Telkom sesuai dengan bidang kerja yang dibutuhkan serta tetap memperhatikan aspek biaya melalui pemberian kompensasi berupa SLG (*Service Level Guaranty*) yaitu potongan abonemen sebesar 2% dari total gangguan dengan syarat gangguan yang dialami tidak selesai dalam waktu 3x24 jam.

Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan dilakukan dengan penyediaan sarana dan prasarana berupa *call center* 147, sosial media seperti twitter (@Telkomcare), website PT. Telkom dan

Telkom *First Care* yang diletakkan di dekat pintu masuk di PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya. Walaupun dalam pelaksanaannya untuk indikator ini masih ada sedikit kekurangan yaitu terkait sulitnya menghubungi *call center* 147 melalui telepon seluler

B. Saran

Berdasarkan uraian hasil penelitian, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat diberikan kepada PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya agar pelayanan penanganan keluhan terhadap layanan Telkom Speedy kedepannya bisa lebih baik lagi. Saran tersebut antara lain:

1. Terkait sulitnya menghubungi *call center* 147 melalui telepon seluler yang dialami salah satu pelanggan ini, maka untuk kedepannya sebaiknya PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya perlu memperbaiki jaringan teleponnya agar pelanggan yang menghubungi melalui telepon seluler bisa langsung terhubung dengan cepat dan bisa segera mendapat penanganan.
2. Kemudian karena masih terdapat keluhan terkait gangguan yang sering terulang kembali. Sebaiknya untuk kedepannya PT. Telkom Kantor Divisi Regional V Surabaya selalu menyosialisasikan kepada pelanggan mengenai cara yang tepat dalam perawatan dan pencegahan agar produk layanan Telkom Speedy tidak mengalami gangguan secara terus menerus. Sehingga pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin & Saebani, B.A. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Devrye, Catherine. 1997. *Good Service is Good Business 7 Strategi Sederhana Menuju Sukses*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dokumen PT. Telkom Kantor Pusat Divisi Regional V 2015
- Grilyanta, Septian Putra, Tjahjanulin Domai, & Minto Hadi. 2013. *Upaya PT. Telkom Kancatel Blitar dalam Mewujudkan Pelayanan Telepon Tetap yang Berkualitas*. Jurnal Administrasi Publik, Volume1, No.3, <http://administrasipublik.student>

journal.ub.ac.id/index.php/jap/article/download/79/74 diakses pada 10 November 2014)

JAKARTASATU. 2014. *Buruknya Layanan Telkom Indonesia*(online),(<http://www.jakartasatu.com/2014/05/07/buruknya-layanan-telkom-indonesia/> diakses pada 10 November 2014)

Jurnal Independen. 2014. *Layanan Speedy Internet Telkom di keluhkan Pelanggan* (online), (<http://www.jurnalindependen.com/layanan-speedy-internet-telkom-di-keluhkan-pelanggan/> diakses pada 10 November 2014)

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Kompasiana. 2014. *Kurang Profesionalnya Layanan SpeedyInstan*(online),(<http://teknologi.kompasiana.com/internet/2014/11/05/kurang-profesionalnya-layanan-speedy-instan-701184.html> diakses pada 1 Februari 2015)

Nawawi, Hadari. 1990. *Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada Press.

Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Oktaviana, Inda Dwi, Muchammad Makmur, & Abdul Wahid. 2013. *Upaya PT. Telkom dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Internet Speedy Dalam Memuaskan Pelanggan (Studi Pada PT. Telkom Malang)*. Jurnal Administrasi Publik,<http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/download/12/9> diakses 4 Maret 2015)

Prianto, Agus. 2006. *Menakar Pelayanan Publik*. Malang: In-trans.

Ratminto & Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sedarmayanti. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: Rafika ADITAMA.

Sinambela, Lijan Poltak. 2008. *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Telkom. 2015. *My Broadband Speedy* (online), (<http://www.telkom.co.id/products/my-broadband/speedy> diakses pada 15 Januari 2015)

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Undang Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik